

УДК 339.1+364-7

ГУМЕНЮК ВОЛОДИМИР,*кандидат економічних наук, доцент,**докторант кафедри економічної теорії та конкурентної політики**Київського національного торговельно-економічного університету*

КОН'ЮНКТУРА РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ У СИСТЕМІ КООРДИНАТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Стаття присвячена макроекономічному аналізу діяльності суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг, висвітленню політекономічних аспектів взаємодії попиту і пропозиції на послуги санаторно-курортного лікування й оздоровлення населення. На основі аналізу ринкового механізму господарювання розглядається релевантний діапазон формування сприятливої кон'юнктури ринку санаторно-курортних послуг. У дослідженні розкрито теоретичні аспекти взаємодії попиту і пропозиції на ринку санаторно-курортних послуг, розвитку термінологічного апарату ринкової взаємодії. Значна увага приділяється питанням, що мають практичне значення: формування ефективного попиту і пропозиції, пом'якшення наслідків нерівності в умовах ринку, встановлення економічної рівноваги під впливом різних індивідуальних потреб та вподобань людини, утвердження суверенітету споживача на послуги санаторно-курортного лікування й оздоровлення.

Ключові слова: державне регулювання економіки; кон'юнктура ринку; санаторно-курортні послуги; суверенітет споживача.

Постановка проблеми. В економічній науці проведено фундаментальні дослідження питання взаємодії попиту і пропозиції, формування кон'юнктури ринку, оцінки ринкових процесів, які відображають реальні запити споживачів і виробників, покупців і продавців, урядових та недержавних інституцій у пошуку розв'язання нагальних соціально-економічних проблем. Однак в умовах інтеграції України в європейський економічний простір існуючі підходи до державного регулювання ринку санаторно-курортних послуг мають бути переглянуті та вдосконалені, інакше вони не тільки не відображатимуть соціально-економічних інтересів держави та місцевих громад із проблем відновлення й сталого розвитку курортних територій, але й перешкоджатимуть формуванню сприятливої економічної кон'юнктури - ситуації, що максимально розкриває потенціал для реалізації ринкових намірів агентів економічного середовища й віддзеркалює ефективність ринкових інститутів, серед яких головну роль відіграє держава.

Урахування світових тенденцій кон'юнктури ринку санаторно-курортних послуг має стати основою розробки й реалізації стратегії розвитку туризму та курортів на перехідний період, здійснення узгоджених заходів, спрямованих на модернізацію санаторно-курортної сфери, реформування системи охорони здоров'я, відтворення людського капіталу в Україні.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Методологічну основу дослідження кон'юнктури ринку складають наукові праці М. Калецького [1], Дж. Кейнса [2], М. Кондратьєва [3], Ф. Лассалля [4], А. Маршалла [5], В. Паретто [6], В. Репке [7], Дж. Стюарта [8], М. Туган-Барановського [9] та ін. Підвищенням рівнем уваги в сучасному вимірі актуальних проблем державного регу-

лювання ринку послуг користуються наукові здобутки вчених академічного рівня: В. Гейця [10], А. Мазаракі [11], В. Лагутіна [12]. Актуальні проблеми підвищення ефективності функціонування суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг та шляхи їх розв'язання знаходять відображення в працях С. Мельниченко [13], Г. Михайличенко [14], С. Цьохли [15]. Однак саме питання формування сприятливої кон'юнктури ринку санаторно-курортних послуг в Україні ще не знайшло комплексного висвітлення в економічній літературі й потребує окремого дослідження.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів взаємодії попиту і пропозиції на ринку санаторно-курортних послуг і визначення умов для формування сприятливої кон'юнктури ринку санаторно-курортних послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Основоположником ґрунтовних досліджень взаємодії попиту і пропозиції на ринку слід уважати представника пізнього меркантилізму Дж. Стюарта, оскільки саме в його праці "Дослідження про принципи політичної економії...", яка вийшла друком у 1767 р., уперше системно розглядається питання взаємодії попиту та пропозиції на ринку: "наслідком високого попиту є успішна торгівля; наслідком високого попиту є добра ціна". Окрім того, зазначається, що саме конкуренція спричиняє істотний вплив на ринкову взаємодію: "високий попит, коли конкуренція серед покупців велика, низький, коли конкуренція серед продавців велика" [8, с. 174].

"Потреби нації вимагають пропозиції конкретних благ, і ступінь їх виробництва визначається відносно рівня процвітання чи занепаду, у якому знаходиться нація на певний час" [16, с. 464]. Надмірна пропозиція

є не настільки великою проблемою, як проблема неспроможності покупців придбати те, що вони реально потребують, зазначав Ж. Сей, а виробництво не тільки створює та розширює пропозицію, але й формує своєрідний фонд, який створює попит на ринку. "Попит і пропозиція є протилежними кінцями променя, від якого залежать масштаби дорожнечі й дешевизни, а ціна є точкою рівноваги, де імпульс одного зникає, іншого - з'являється" [16, с. 290].

Першість щодо визначення поняття кон'юнктури в контексті економічних взаємовідносин, "що подібно до ланцюга з'єднують усі існуючі невідомі обставини й називаються в меркантильному світі кон'юктурою" [4, с. 147], належить німецькому економісту Ф. Лассалю, який у своїй праці, розглядаючи питання мінової вартості й вільної конкуренції [4, с. 120-158], зробив помилкове припущення, що послуги, на відміну від праці, не є економічною категорією, оскільки, якщо вони не оплачуються, не відбувається створення вартості [4, с. 133].

Співзасновник теорії соціальної ринкової економіки В. Репке визначив, що кон'юнктура - це "співвідношення попиту та пропозиції на якому-небудь ринку, співвідношення, яке значною мірою не піддається обчисленню та впливу й постійно змінюється. Оцінка цього співвідношення залежить від того, виражене воно чи ні в рентабельності окремих господарств, яка зумовлена ціною та формою продажу" [7, с. 19-20].

Як внесок у розвиток теорії кон'юнктури ринку в науковому світі високо цінується економічна думка українського вченого М. Туган-Барановського щодо обмеженості й недосконалості як суто ринкових, так і суто планових регуляторів економіки, заслуговує на увагу концепція їх синтезу. "В умовах капіталістичної кон'юнктури підприємець знаходить собі жорсткого і деспотичного володаря..." і, незважаючи на те, що "в капіталістичному суспільстві немає керуючої свідомої влади, натомість її місце займає ще більше примусова, стихійна сила економічної боротьби". Тому, хоча підприємець і вільно визначає ціни, однак умови попиту і пропозиції істотно обмежують свободу вільної торгівлі [9, с. 34].

"Ми схильні вбачати економічний зміст поняття "кон'юнктура" не в чомусь іншому, як у сукупності обставин, які виявляються завдяки ринку" [3, с. 30], - зазначав М. Кондратьєв (учень М. Туган-Барановського). "У цих умовах ринок із його системою цін виступає центральним вузлом, що пов'яже між собою господарські одиниці. Ринок визначає успіхи й невдачі господарської діяльності цих одиниць" [Там само]. "Під економічною кон'юктурою кожного моменту ми розуміємо напрям і ступінь зміни сукупності елементів народногосподарського життя в порівнянні з попереднім періодом" [Там само, с. 33]. Крім загальноекономічного поняття кон'юнктури, М. Кондратьєв виділив так звану "спеціальну кон'юнктуру" (що стосується галузевих ринків), виокремивши "просту спеціальну кон'юнктуру" (сукупність конститутивних елементів) та "диференціальну кон'юнктуру" (вимір простої кон'юнктури в економічних порівняннях і зіставленнях) [Там само, с. 35], увів типологію економічних циклів кон'юнктури, виділивши сезонні (у межах року), короткі (3-3,5 року), середні (7-11 років) і довгі хвилі (48-55 років) [3, с. 343; с. 398].

С. Мочерний в "Економічній енциклопедії" подає гносеологічне визначення терміна, яке водночас зберігає його походження та сучасне розуміння: кон'юнк-

тура - (з лат. *conjunctura* - зв'язувати, поєднувати) - найважливіші ознаки, риси, показники, які характеризують поточний і перспективний стан ринку, відображають економічну ситуацію на ринку, характеризують рівні попиту, пропозиції, динаміки цін... [17, с. 71].

В. Джевонс розглядає економічні категорії ціни та цінності в системі взаємодії попиту і пропозиції: "Пропозиція - це кількість товарів, які люди погоджуються обміняти на відому цінність, а попит - це кількість товарів, які люди готові прийняти до обміну, однак за умови, що їм відома ціна, пропорційність по відношенню до грошей". Мінову цінність учений визначає як співвимірність при обміні, а споживчу цінність - як корисність для людини в конкретний момент часу за відповідних умов [18, с. 87-89].

Споживчу цінність визначають необхідні умови та потреби людини, у зв'язку із цим санаторно-курортні послуги виконують роль трансмісора у відновленні здоров'я, сприяють підвищенню якості життя та людському розвитку. Представник австрійської економічної школи О. Бьом-Баверк зазначав: "Цінність є значущістю, корисністю, що лежить в основі блага й призводить до підвищення добробуту людини, якщо вона не може отримати цю користь за відсутності цих благ" [19, с. 217].

Й. Шумпетер розглядав попит і пропозицію у взаємозалежності та взаємозумовленості: "На будь-яку пропозицію в національній економіці вже сформований попит" [20, с. 63]. "Кожен крок у виробництві будь-якого блага відбувається безпосередньо під впливом існуючого попиту, що, у свою чергу, прямо зумовлюється наявними потребами й коштами" [20, с. 133].

Л. Вальрас оперує поняттями "дійсного попиту", що вказує на сформовані платоспроможні потреби покупців, на відміну від потреб, які не можуть бути реалізовані через об'єктивні та суб'єктивні фактори впливу на цю ситуацію, та "дійсної пропозиції" - реального обсягу виробництва, що пропонується продавцями на ринку незалежно від конкуренції та рівня цін, оскільки "між ціною і дійсною пропозицією є лише непряме або опосередковане співвідношення, а пряме або безпосереднє співвідношення має місце між ціною і дійсним попитом [21, с. 44].

А. Маршалл акцентує на двох важливих проблемах кон'юнктури ринку: 1) ціна попиту дорівнює ціні пропозиції, обсяг виробництва не має тенденції до збільшення або зменшення, оскільки він знаходиться в рівновазі; 2) ціна попиту менша за ціну пропозиції, у результаті чого очікується зменшення обсягів виробництва і ємності ринку [5, с. 287].

Питання взаємодії попиту і пропозиції активно досліджував В. Паретто, який розробив інструментарій для аналізу й прогнозування споживчого попиту, зокрема в його праці "Manuel d'économie politique" ("Підручник з політичної економії") розглядається питання встановлення економічної рівноваги під впливом різних індивідуальних потреб [6, с. 170] та уподобань людини [Там само, с. 177], висвітлюється питання, що криві байдужості не лише окреслюють контури споживчого попиту, а за кожною комбінацією стоять умови та причини, у яких проводиться вибір [Там само, с. 169].

Попит на санаторно-курортні послуги виражає, перше, грошово-кредитну спроможність населення здійснювати самофінансування санаторно-курортного лікування й оздоровлення відповідно до виявлених потреб та можливостей їх реалізації; по-друге, рівень

фінансування державою соціальних гарантій, соціального захисту населення через систему державних закупівель санаторно-курортних послуг та їх розподілу, а також застосування цільових грошових компенсацій субсидіарного характеру для їх придбання чи заміщення; по-третє, наміри працедавців, зобов'язання профспілкових організацій профінансувати відтворення здоров'я персоналу; по-четверте, грошові потоки, призначені для відшкодування збитків, завданих життю та здоров'ю застрахованих осіб у системі соціального й медичного страхування. Попит на санаторно-курортні послуги зумовлюється життєвою необхідністю санаторно-курортного лікування, стійкими індивідуальними потребами. З іншого боку, умовами попиту на санаторно-курортні послуги є вподобання, а також наявні життєві обставини.

Пропозиція санаторно-курортних послуг - це багатофункціонально-технологічний комплекс виробництва: 1) лікувально-терапевтичних, оздоровчо-профілактичних, фізично-реабілітаційних та інших видів послуг, що містять потенціал відновлення людського здоров'я, збільшення тривалості, покращення якості життя; 2) послуг, спрямованих на відновлення життєвих сил людини завдяки дієтичному, раціональному й збалансованому харчуванню; 3) послуг безпечного й комфортного проживання споживачів послуг; 4) послуги з організації змістовного дозвілля споживачів: залучення до фізично-активного й культурного розвитку, ведення здорового способу життя тощо.

Пропозиція санаторно-курортних послуг базується на виробничих можливостях санаторно-курортних закладів, однак у практичній площині переважно не досягає рівня максимальної ефективності, 100 % завантаження номерного фонду, граничного використання виробничої потужності. Пропозицію на ринку санаторно-курортних послуг детермінують пропускна спроможність санаторно-курортних закладів, технічні умови й технологічні особливості їх функціонування, чинники сезонності й циклічні коливання, фактори релевантного діапазону, зумовлені економічною кон'юнктурою.

Пропозиція санаторно-курортних послуг - це сукупність торговельних намірів їх виробників у певному діапазоні цін, їх зниження позитивно відображається на збільшенні доступності послуг у кількісному вираженні, їх ріст обмежуватиме можливість санаторно-курортного лікування й оздоровлення. Попит на санаторно-курортні послуги - це сукупність індивідуалізованих споживчих намірів покупців санаторно-курортних послуг, що знаходяться в певному діапазоні цін.

На активізацію продажу санаторно-курортних послуг за високими цінами впливає сприятлива кон'юнктура ринку - можливість генерувати додаткові доходи. Незважаючи на те, що запас фінансової міцності виробників дозволяє знизити ціни й продавати санаторно-курортні послуги дешевше, відбувається їх реалізація за вищою ціною. Така ситуація призводить до формування "надлишку виробника" й відображає ринкову ефективність виробництва санаторно-курортних послуг.

Додаткову економію отримують ті споживачі, які могли б купувати санаторно-курортні послуги дорожче завдяки високій платоспроможності, але купують за ринковою ціною - таким чином формується "надлишок споживача". Проблема надлишку споживача не є настільки гострою, оскільки спричинена індивідуальними особливостями попиту, стосується лише частини

пропозиції в умовах змінної кон'юнктури ринку [5, с. 684].

У взаємодії попиту і пропозиції на ринку санаторно-курортних послуг мають місце безповоротні втрати. Їх наявність для виробників санаторно-курортних послуг означає неспроможність реалізувати санаторно-курортні послуги, сформувати доходи й прибутки за відповідного рівня цін унаслідок неузгодження обсягів пропозиції та попиту на ринку. Для споживачів це не лише втрачені можливості емоційного розвантаження, повноцінного відновлення здатності до праці, але й потенційні проблеми з погіршенням стану здоров'я, загостреннями в перебігу хронічних захворювань, що призводить до погіршення якості життя та відтворення людського капіталу.

До важливих чинників, які детермінують взаємодію попиту і пропозиції, слід зарахувати економічну активність та зайнятість населення, які зумовлюють необхідні потреби в санаторно-курортному лікуванні в контексті відновлення здатності до праці та водночас створюють фінансову й матеріальну основу можливості їх реалізації, що пов'язано з формуванням ефективного попиту, оскільки придбання й споживання санаторно-курортних послуг приносить соціально-економічну вигоду як для працедавця (підприємця), так і для найманого працівника.

Сезонні коливання детермінують внутрішньорічну динаміку попиту, впливають на формування цін і тарифів, визначають обсяги сукупної пропозиції санаторно-курортних послуг. Взаємодія попиту і пропозиції перебуває під впливом сезонних коливань, які зумовлені впливом природних, кліматичних, технічних, медичних чинників, що визначають активізацію та деактивізацію попиту на санаторно-курортні послуги. Внутрішньорічна динаміка попиту й цін окреслюють сезонну кон'юнктуру ринку санаторно-курортних послуг (умовно: "пік", "високий", "низький" та "мертвий" сезони). Чинники сезонності зумовлюють унікальність пропозиції послуг для споживача, визначають умови та можливості санаторно-курортного лікування й оздоровлення для нього.

Категоричність класичної доктрини, відповідно до якої пропозиція сама породжує попит, а сукупна ціна попиту (виручка) завжди пристосовується до сукупної ціни пропозиції [2, с. 23], спростовує Дж. Кейнс: "Це означає, що обсяг ефективного попиту замість того, щоб відповідати певній точці рівноваги, є нескінченним рядом однаково прийнятних величин. Очевидно, цей стан і відповідає повній зайнятості, і якщо подібний підхід до аналізу економічної кон'юнктури правильний, то конкуренція між підприємцями завжди вела б до розширення зайнятості до рівня, при якому сукупна пропозиція переставала б бути еластичною, коли подальше зростання ефективного попиту більше не могло б супроводжуватися будь-яким зростанням виробництва" [2, с. 24].

Польський дослідник М. Калецький пов'язав проблему ефективного попиту з розподілом доходів, інвестиціями та споживанням основних класів - підприємців (отримують прибуток і максимізують його) та найманіх працівників (заробляють заробітну плату й повністю її витрачають) [1, с. 1074].

Дж. Гелбрейт розглядав питання пом'якшення наслідків нерівності в умовах ринку, коли відносна сила виробників є порівняно більшою, ніж сила впливу споживчого попиту [22, с. 114], зокрема, акцентував на про-

блемах маніпуляції споживчим попитом продавцями й створенні попиту на блага, які раніше не були відомі споживачам, є зовсім непотрібними на цей час та не принесуть користі в майбутньому [22, с. 148].

Умовно стала величина пропозиції санаторно-курортних послуг детермінується пропускнуою спроможністю, природно-ресурсними, виробничо-технологічними, санітарно-гігієнічними умовами функціонування санаторно-курортних закладів. Держава впливає на формування ціни квазіринкової рівноваги, яка детермінує пропозицію санаторно-курортних послуг із використанням інструментів цілеспрямованого впливу на споживчий попит через застосування механізмів фінансового забезпечення соціальних гарантій, соціального страхування, субсидіювання, виплати грошових компенсацій і включення алгоритму розподілу санаторно-курортних послуг.

При дослідженні питання взаємодії попиту і пропозиції на ринку санаторно-курортних послуг виникає необхідність розглянути базові потреби в санаторно-курортному лікуванні й оздоровленні людини як суб'єкта попиту й потенційного покупця санаторно-курортних послуг в контексті суверенності споживача. Існує проблема, коли споживач (покупець) безпосередньо не може змінити асортимент, якість санаторно-курортних послуг, зрештою, як і в односторонньому порядку вплинути на вартість санаторно-курортного обслуговування і його ціну без реалізації такого засадничого принципу ринку, як суверенітет споживача.

В. Хатт розглядає економічну сутність поняття "суверенітет споживача" в контексті регулятивного потенціалу попиту і як важливу форму соціального впливу на пропозицію, що не виходить за рамки створення ситуації, у якій виробники можуть обирати між різними альтернативами, не враховуючи запитів споживачів, наводить порівняння сили його впливу з політичними виборами в державі: "Як ідеал суверенітет споживачів має принаймні ту ж міру соціальної справедливості, як рішення для голосування" [23, с. 262].

М. Ротбард уточнює поняття "суверенітет споживача", оскільки на вільному ринку є "суверенітет особистості" - людина розпоряджається своїми коштами на власний розсуд, тим самим реалізує індивідуально власний суверенітет. Це означає, що виробник для того, щоб заробити грошову винагороду, повинен задовольняти споживчий попит з урахуванням індивідуальних суверенних запитів споживачів [2, с. 630].

Медико-діагностичні детермінанти спонукають до ринкової взаємодії виробників та афілійованих із ними продавців санаторно-курортних послуг із покупцями, виходячи із потреб санаторно-курортного лікування й оздоровлення споживачів. Потреба в санаторно-курортному лікуванні та оздоровленні визначається медичним профілем санаторно-курортних послуг, і значною мірою - лікарськими чинниками: заклучення, обстеження, діагностування, показання та протипоказання, рекомендації; значення мають також й інституційні фактори спонукання до дії (особисті переконання людини, звички, поради, нереалізовані бажання тощо).

У комплексному дослідженні питання взаємодії попиту і пропозиції важливого значення набуває врахування економічної природи санаторно-курортних послуг, процес виробництва яких потребує залучення природно-лікувальних ресурсів, праці й підприємництва, наукових здобутків, значних фінансових та інформацій-

них ресурсів, що знаходить відображення в системі формування вартості санаторно-курортного лікування й оздоровлення населення.

Висновки

1. В умовах квазіринку санаторно-курортних послуг споживачі не завжди отримують ті санаторно-курортні послуги, які хочуть і які їм дійсно потрібні для відновлення здоров'я, натомість задовольняються тими, що їм нав'язують, пропонують, які є більш доступними, традиційними, звичними.

2. Подальший розвиток українського суспільства пов'язаний зі становленням економіки знань, коли потенційні споживачі санаторно-курортних послуг будуть достатньо обізнаними, проінформованими й зможуть отримати компетентні медико-діагностичні консультації, щоб вільно здійснювати вибір і бути потенційно захищеними від можливих зловживань, негативного інституційного впливу бізнесу, медичного персоналу, державних органів тощо. В умовах, коли покупці санаторно-курортних послуг є водночас їх споживачами, зростає роль суверенітету споживача, відбувається посилення домінування ринку покупця у взаємодії попиту і пропозиції.

3. Взаємодія попиту і пропозиції на ринку санаторно-курортних послуг є складним і багатограним процесом функціонування ринку. З огляду на велику кількість нерозв'язаних соціально-економічних проблем та складну реальність, що визначає неспроможність держави цілковито фінансувати систему охорони здоров'я, комплексно й повноцінно забезпечувати лікування та оздоровлення всіх громадян через фінансування соціальних гарантій та соціального захисту населення, перспективним напрямом подальших досліджень може стати досвід державного регулювання національних ринків санаторно-курортних послуг у країнах Європейського Союзу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Kalecki M. Polityczne aspekty pełnego zatrudnienia / M. Kalecki // *Ekonomista*. - 1961. - Nr. 5. - S. 1072-1076.
2. Keynes J. *General Theory Of Employment, Interest And Money* / J. Keynes. - New Delhi : Atlantic Publishers & Dist, 2006. - 400 p.
3. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Д. Кондратьев ; Международный фонд Н. Д. Кондратьева и др. ; [ред. колл.: Л. И. Абалкин (пред.) и др. ; сост. Ю. В. Яковец]. - М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2002. - 767 с.
4. Lassalle F. Herr Bastiat-Schulze Von Delitzsch, Der Ökonomische Julian; Oder, Capital und Arbeit / F. Lassalle. - Berlin : Verlag von Reinhold Schlingmann, 1864. - 269 s.
5. Marshall A. *Principles of Economics* / A. Marshall. - New York, Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2013. - 731 p.
6. Pareto V. *Manuel d'économie politique, traduit sur l'édition italienne par Alfred Bonnet* : [monographie imprimée] / V. Pareto. - Paris : Giard et Brière, 1909. - 695 p.
7. Пенке В. Конъюнктура / В. Пенке. - М. : Финансовое изд-во НКФ СССР, 1927. - 176 с.
8. Steuart J. *An inquiry into the principles of political economy: being an essay on the science of domestic policy in free nations* / J. D. Steuart. - London : Miller&Cadell. Intwovolumes, 1767. - Vol. 1, MDCCCLVII. - 687 p.
9. Туган-Барановский М. И. Современный социализм в своем историческом развитии / М. И. Туган-Барановский. - СПб. : Будущность, 1906. - 260 с.

10. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку : [монографія] / В. М. Геєць ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. - К. : [б. в.], 2009. - 863 с.
11. Мазаракі А. А. Внутрішній ринок як основа економічного зростання / А. А. Мазаракі // Вісник Інституту економічного прогнозування. - 2002. - № 2. - С. 10-16.
12. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : [монографія] / В. Д. Лагутін. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. - 327 с.
13. Melnychenko S. V. Health resort enterprises: between stagnation and modernization / S. V. Melnychenko // Herald of KNUTE. - 2013. - № 2. - Pp. 57-67.
14. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : [монографія] / Г. І. Михайліченко. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. - 608 с.
15. Цьохла С. Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення) : [монографія] / С. Ю. Цьохла. - Сімферополь : Таврія, 2008. - 352 с.
16. Say J.-B. A Treatise on Political Economy / J.-B. Say. - Auburn : Ludwig von Mises Institute, 2008. - 488 p.
17. Економічна енциклопедія : у 3-х тт. / [редкол.: С. В. Мо- черний (відп. ред.) та ін.]. - К. : Видавничий центр "Академія", 2001. - Т. 2. - 848 с.
18. Джевонс В. Политическая экономия [Переводъ под редакціей и съ предисловіемъ Р. Марковичъ] / Вильямъ Стенли Джевонсъ. - С.-Петербургъ : Типографія Т-ва "Народная польза", 1905. - 120 с.
19. Бём-Баверк О. Капитал и прибыль; Т. 2: Позитивная теория капитала; Т. 3: Экскурсы / Ойген фон Бём-Баверк ; [пер. с англ. В. Кошкина под ред. А. В. Куряева]. - Челябинск : Социум, 2010. - 916 с.
20. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; [пер. с нем.]. - М. : Прогресс, 1982. - 455 с.
21. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии / Л. Вальрас. - М. : Изограф, 2000. - 448 с.
22. Galbraith J. The affluent society / J. K. Galbraith. - Boston : Houghton Mifflin, 1998. - 276 p.
23. Hutt W. Economist and the public: a study of competition and opinion / William H. Hutt ; [with a new introduction by Waren J. Samuels]. - Piscataway, NJ : Transaction Publishers, Rutgers-The State University, 1990. - 377 p.
24. Rothbard M. Man, Economy, State with Power and Market / Murray N. Rothbard. - Auburn : Ludwig von Mises Institute, 2009. - 1441 p.

Гуменюк Владимир,

кандидат экономических наук, доцент,

докторант кафедры экономической теории и конкурентной политики

Киевского национального торгово-экономического университета

КОНЪЮНКТУРА РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ КООРДИНАТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена макроэкономическому анализу деятельности субъектов рынка санаторно-курортных услуг, освещению политэкономических аспектов взаимодействия спроса и предложения на услуги санаторно-курортного лечения и оздоровления населения. На основе анализа рыночного механизма хозяйствования рассматривается релевантный диапазон формирования благоприятной конъюнктуры рынка санаторно-курортных услуг. В исследовании раскрыты теоретические аспекты взаимодействия спроса и предложения на рынке санаторно-курортных услуг, развития терминологического аппарата рыночного взаимодействия. Значительное внимание уделяется вопросам, имеющим практическое значение: формирования эффективного спроса и предложения, смягчения последствий неравенства в условиях рынка, формирования экономического равновесия под влиянием различных индивидуальных потребностей и предпочтений человека, утверждение суверенитета потребителя на услуги санаторно-курортного лечения и оздоровления.

Ключевые слова: государственное регулирование экономики; конъюнктура рынка; санаторно-курортные услуги; суверенитет потребителя.

Gumeniuk Volodymyr,

PhD, associate professor, doctoral student in economics and competition policy of

Kyiv National Trade and Economic University

THE MARKET CONDITION OF SANATORIA AND RESORT SERVICES IN THE COORDINATE SYSTEM OF THE STATE REGULATED ECONOMY

While Ukraine is integrating into the European Economic Area the existing approaches to state regulation of sanatoria and resort services must be reviewed and improved as they should reflect socio-economic interests of the state and local communities in terms of renovation and sustainable development of resort areas and also create a favorable economic conjuncture - a situation that reveals the potential for the realization of market intentions of consumers (buyers) and suppliers (sellers) of sanatoria and resort services as well as reflects the efficiency of market institutions of which the state plays a leading role.

The paper is dedicated to the macroeconomic analysis of the activity of stakeholders in a sanatoria and resort market. It highlights the political and economy aspects of interaction in supply and demand for services of spa treatment and recreation of the population. The relevant range of forming favorable market conditions of sanatoria and resort services is considered basing on the analysis of a market management. The study has revealed the

theoretical aspects of interaction between supply and demand in the market of spa services and development of terminological apparatus of a market interaction. Much attention is given to issues that are of a practical importance: the formation of effective demand and supply, mitigation of inequality in market conditions, establishment of economic equilibrium considering various needs and preferences of an individual, establishment of the primary rights of a consumer for services of sanatoria and resort treatment and recreation.

The global trends in market conditions of sanatoria and resort services should be taken into an account and be made the basis for developing and implementing a strategy of tourism and resorts development in a transition period, implementing well-balanced measures to modernize a sanatoria and resort market, reforming a health care system, recreating a human capital in Ukraine.

Keywords: state regulation of the economy; market conditions; sanatoria and resort services; consumer sovereignty.

REFERENCES

1. Kalecki M. (1961), Political aspects of full employment, *Ekonomista*, № 5, pp. 1072-1076. (pol).
2. Keynes J. (2006), General theory of employment, interest and money, Atlantic Publishers & Dist, New Delhi, 400 p. (engl).
3. Kondratyev N. (2002), Large cycles conditions and the theory of prediction. Selected Works, *Ekonomika*, Moscow, 767 p. (rus).
4. Lassalle F. (1864), Mr. Bastiat-Schulze from Delitzsch, The economic Julian; Or, capital and labor, Verlag von Reinhold Schlingmann, Berlin, 269 p (deutch).
5. Marshall A. (2013), Principles of economics, Palgrave Macmillan, New York, Basingstoke, 731 p. (engl).
6. Pareto V. (1909), Manual of Political Economy, Giard et Brière, Paris, 695 p. (french).
7. Repke V. (1927), Conjuncture, Moscow, 176 p. (rus).
8. Steuart J. (1767), An inquiry into the principles of political economy: being an essay on the science of domestic policy in free nations, Miller&Cadell, London, Vol. 1, 687 p. (engl).
9. Tuhan-Baranovskiy M. (1906), Modern socialism in its historical development, St. Petersburg, 260 p. (rus).
10. Heiets V. (2009), Society, government, economy: phenomenology interaction and development, The National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Economic and Forecasting, Kyiv, 863 p. (ukr).
11. Mazaraki A. (2002), The domestic market as the basis for economic growth, *Bulletin of the Institute of Economic and Forecasting*, № 2, pp. 10-16 (ukr).
12. Lahutin V. (2008), The domestic market of consumer goods: theory of development and regulation, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 327 p. (ukr).
13. Melnychenko S. (2013), Health resort enterprises: between stagnation and modernization, *Herald of KNUTE*, № 6, pp. 57-67 (engl).
14. Mykhailichenko H. (2012), Innovative tourism development, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, 608 p. (ukr).
15. Tsokhla S. (2008), The transformation of recreational activity and the development of regional markets resort and recreational services (methodology, analysis and ways to improve), Tavriia, Simferopol, 352 p. (ukr).
16. Say J-B. (2008), A Treatise on Political Economy, Ludwig von Mises Institute, Auburn, 488 p. (engl).
17. Mochernyi S. (ed.) (2001), Economic Encyclopedia in three volumes, Akademiia, Kyiv, Vol. 2, 848 p. (ukr).
18. Dzhevonsъ V. (1905), The Political Economy, Narodnaya polza, St. Petersburg, 120 p. (rus).
19. Bem-Baverk O. (2010), Vol. 1. Capital and profits; Vol. 2: Positive Theory of Capital; Vol. 3: Excursions, Chelyabinsk, 916 p. (rus).
20. Shumpeter J. (1982), Theory of Economic Development Progress, Moscow, 455 p. (rus).
21. Valras L. (2000), Elements of pure political economy, Izograf, Moscow, 448 p. (rus).
22. Galbraith J. (1998), The affluent society, Houghton Mifflin, Boston, 276 p. (engl).
23. Hutt W. (1990), Economist and the public: a study of competition and opinion, Transaction Publishers, Rutgers-The State University, NJ, Piscataway, 377 p. (engl).
24. Rothbard M. (2009), Man, Economy, State with Power and Market, Ludwig von Mises Institute, Auburn, 1441 p. (engl).

© Гуменюк Володимир
 Надійшла до редакції 08.07.2014